

Der globalen Netzwerke Zählung?

Die Intermediärregulierung im neuen Medienstaatsvertrag

Prof. Dr. Matthias Cornils, Mainz

Übersicht

I. Der MStV: Hintergründe und Übersicht

II. Die neue Intermediärregulierung: Einführung

1. Medienplattformen, Medienintermediäre, Video-Sharing-Plattformen: Die Systematik der Vermittler-Regulierung
2. „Medienintermediäre“: Begriff und Anwendungsbereich
3. Regulierungsziele und Regulierungsbedarf: Soziale Netzwerke und Suchmaschinen als Demokratierisiko?

III. Das Regulierungskonzept: Transparenzpflicht und Diskriminierungsschutz

1. Legitimation und (verfassungs-/unions) rechtliche Rechtfertigung
2. Transparenz
3. Diskriminierungsfreiheit
4. Unionsrecht und deutsche Plattform-/Intermediärregulierung: Kohärenzprobleme?

IV. Schlussbemerkung

Bund-Länder-Kommission, Bericht 2016

- AG AVMD-RL: ms Regelungsspielraum für Pluralismussicherung bei AV-Plattformen
 - Art. 7a AVMD-RL 2018: „Die Mitgliedstaaten können Maßnahmen ergreifen, um eine angemessene Herausstellung audiovisueller Mediendienste von allgemeinem Interesse sicherzustellen.“
 - Art. 28a, b: Rechtsgüterschutzregime für (nicht redaktionelle) Video-Sharing-Plattformen (YouTube)
- AG Kartellrecht/Vielfaltssicherung: „Die Länder beabsichtigen ihrerseits, im Rahmen einer der nächsten Änderungsstaatsverträge die davon betroffene Klausel im Rundfunkstaatsvertrag entsprechend anzupassen.“
- AG Plattformregulierung: weiter Plattformbegriff („Medienplattform“: technische P, inhaltliche P, Zugangs-P), Grundsätze der Transparenz, Diskriminierungsfreiheit, Chancengleichheit, Nutzerautonomie; str.: privilegierte Auffindbarkeit
- **AG Intermediäre:**
 - Diagnose: Einflussmacht und Gefahr großer IM auf/für Meinungsbildung: Bedürfnis für medienrechtlichen Diskriminierungsschutz
 - Vorschläge: **Transparenzanforderungen im EU-Recht**, spezielles **landesmedienrechtliches Diskriminierungsverbot**: *„soll durch gesetzliche Regelbeispiele deutlich gemacht werden, in welchen Fällen eine sachlich nicht gerechtfertigte Ungleichbehandlung vorliegt, die mit dem Grundsatz der kommunikativen Chancengleichheit nicht vereinbar ist. Hierzu sollen die Bevorzugung von eigenen Inhalten des Intermediärs und Inhalten Dritter, mit deren Anbieter der Intermediär in Geschäftsbeziehung steht, sowie eine Bevorzugung oder Benachteiligung von Inhalten aus politischen, weltanschaulichen oder religiösen Gründen zählen.“*

Beratungen über den E-MedienStV

- **Juli 2018:** Publikation des „ersten Arbeitsentwurfs“, erste öffentliche Konsultation (bis September)
- **Juli 2019:** Publikation des überarbeiteten Diskussionsentwurfs, zweite öffentliche Konsultation



- **5.12.2019:** MP-Konferenz, Einigung und Zeichnung des E-MedienStV in neuer Nummerierung

Staatsvertrag zur Modernisierung der Medienordnung in Deutschland (5.12.2019)

I. Abschnitt: Anwendungsbereich, Begriffsbestimmungen (§ § 1, 2)

II. Abschnitt: Allgemeine Bestimmungen

1. Unterabschnitt Rundfunk (§ § 3-16)

2. Unterabschnitt Telemedien (§ § 17-25)

III. Abschnitt: Besondere Bestimmungen für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk (§ § 26-49)

IV. Abschnitt: Besondere Bestimmungen für den privaten Rundfunk (§ § 50-73)

V. Abschnitt: Besondere Bestimmungen für einzelne Telemedien

1. Unterabschnitt Rundfunkähnliche Telemedien (§ § 74-77)

2. Unterabschnitt Medienplattformen und Benutzeroberflächen (§ § 78-90)

3. Unterabschnitt Medienintermediäre (§ § 91-96)

4. Unterabschnitt Video-Sharing-Dienste (§ § 97-100)

VI. Abschnitt: Übertragungskapazitäten, Weiterverbreitung (§ § 101-105)

VII. Abschnitt: Medienaufsicht (§ § 106-115)

VIII. Abschnitt: Revision, Ordnungswidrigkeiten (§ § 116, 117)

IX. Abschnitt: Übergangs- und Schlussvorschriften (§ § 118-124)

Medien- und Mittler-Regulierung

Medien	(linearer) Rundfunk, §§ 3-16, 26-73	(idR nicht lineare) Telemedien (journalistisch-redaktionell, rundfunkähnlich), §§ 17-25, 74-77)
Mittler (auch) journalistischer Inhalte, Kuratierung eines Gesamtangebots, notwendig Zugangsbeschränkung	Medienplattform (§ 2 II Nr. 14) als Sonderfall eines Telemediums und Benutzeroberfläche von oder für MP (§ 2 II Nr. 15)	§§ 78-90
Mittler (auch) journalistischer Inhalte, keine Kuratierung eines Gesamtangebots, mögliche, aber nicht notwendige Zugangsbeschränkung	Medienintermediär (§ 2 II Nr. 16)	§§ 91-96
Mittler von Sendungen und Videos, keine redaktionelle Verantwortung	Video-Sharing-Dienst (§ 2 II Nr. 22)	§§ 97-100 und TMG-ÄndG-E

Medienintermediär, § 2 Abs. 2 Nr. 16

„Medienintermediär jedes Telemedium, das *auch* **journalistisch-redaktionelle Angebote Dritter aggregiert, selektiert und allgemein zugänglich präsentiert, ohne diese zu einem Gesamtangebot zusammenzufassen“**

Nicht in Vertragstext, wohl aber für Begründung vorgesehen: regelbeispielhafte Aufzählung:

„Insbesondere sind Medienintermediäre

- a) Suchmaschinen,
- b) Soziale Netzwerke,
- c) App Portale,
- d) User Generated Content Portale,
- e) Blogging Portale,
- f) News Aggregatoren.“

Marktort-, nicht Herkunftslandprinzip, § 1

(7) Für Anbieter von Telemedien gilt dieser Staatsvertrag, wenn sie nach den Vorschriften des Telemediengesetzes in der Bundesrepublik Deutschland niedergelassen sind.

(8) Abweichend von Absatz 7 gilt dieser Staatsvertrag für **Medienintermediäre**, Medienplattformen und Benutzeroberflächen, **soweit sie zur Nutzung in Deutschland bestimmt sind**. Medienintermediäre, Medienplattformen oder Benutzeroberflächen sind dann als zur Nutzung in Deutschland bestimmt anzusehen, wenn sie sich in der Gesamtschau, insbesondere durch die verwendete Sprache, die angebotenen Inhalte oder Marketingaktivitäten, an Nutzer in der Bundesrepublik Deutschland richten oder in der Bundesrepublik Deutschland einen nicht unwesentlichen Teil ihrer Refinanzierung erzielen. Für die Zwecke der §§ 97 bis 100 gilt dieser Staatsvertrag für Video-Sharing-Dienste im Anwendungsbereich der Richtlinie (EU) 2010/13/EU, in der Fassung der Richtlinie (EU) 2018/1808/EU, wenn sie nach den Vorschriften des Telemediengesetzes in der Bundesrepublik Deutschland niedergelassen sind; im Übrigen gilt Satz 1.

Kompatibilität mit RL 2000/31/EG, TMG? Öffnungsklausel in 4. TMG-ÄndG?

Regulierungsziele

Unterscheidung von **zwei Schutz-/Regelungszwecken:**

nicht: Rechtsgüterschutz (Individualrechtsgüter, öffentlicher Friede)

sondern: Sicherung der Bedingungen demokratischer Meinungsbildung

Regulierungsziele

Sicherung der Bedingungen demokratischer Meinungsbildung

- Informations-**Vielfaltssicherung** (insbesondere Angebotsvielfalt und Zugänglichkeit von Inhalten)
- Informations-**Qualitätssicherung** (Vertrauenswürdigkeit von Medien/Verlässlichkeit von Informationen)
- Gewährleistung **kommunikativer Chancengleichheit** und **Zugangsoffenheit**
- Orientierung/Wertevermittlung, informationelle **Integration** der Gesellschaft (?)

-
- durch **Verpflichtung** nicht nur von Mediendiensten, sondern auch von **sonstigen (nicht publizistischen) Informationsmittlern**

Regulierungsziele

Kommunikative Chancengleichheit

- Bund-Länder-Kommission Medienkonvergenz (2016): Grundsätze für den Zugang und die Auffindbarkeit zu/in Medienplattformen und Intermediären:
 - **Transparenz**
 - **Diskriminierungsfreiheit**
 - **(Chancengleichheit)**
 - **Nutzerautonomie**
- **(nur) Rechtsgleichheit** aller Kommunikationsteilnehmer oder
- Gewährleistung **faktisch-gleicher Realisierungschancen** („Recht auf Hören und Gehörtwerden“)?
- level playing field mit Plattformen

Regulierungsbedarf

- *(relativ **klar**: Handlungsbedarf beim Individualrechtsgüterschutz (Menschenwürde usw.)*
-
- weniger klar und umstritten: Vermachtungs- und Verengungsrisiko bei SM und Suchmaschinen: **demokratieriskante Auswirkungen der Netzkommunikation?**
 - unklar: Risiken **informationeller Isolierung und Verarmung, sozialer Fragmentierung** (Desintegration) aufgrund der Netzkommunikation
 - Grundannahme der MI-Regulierung: **faktisch starke Nutzung** erfolgreicher MI als Informationsquelle begründet Kontrollbedarf; auf **nachgewiesene Flaschenhalsproblematik** (der Nachweis fehlt) kommt es **nicht** an
 - Zweifel: Reicht das für evidenzbasierte Risikoprognose?
 - wenn SM und SE **Nutzerpräferenzen** befriedigen: was rechtfertigt die regulatorische Korrektur dieses Selektions- und Sortiermaßstabs – solange Angebotalternativen leicht verfügbar sind?
 - bemerkenswert: (bisher) deutscher Sonderweg, kein vergleichbares Konzept in anderen MS/EU

Konzepte/Instrumente

- **Transparenzpflichten**
 - **Nichtdiskriminierungspflichten**
 - **positive Vorgaben** für die Informationsleistung (Privilegierung bestimmter Inhalte)
-

jeweils bezogen auf

- den **Zugang**/die Verfügbarkeit
 - und/oder die **Auffindbarkeit**
-

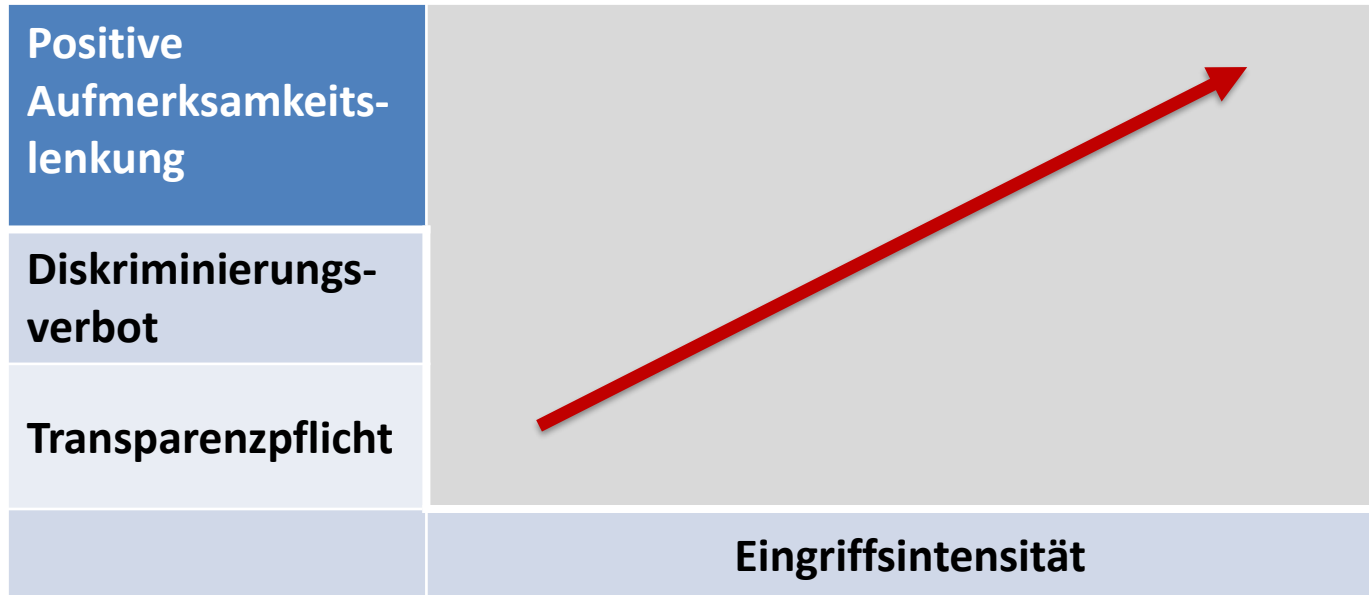
jeweils bezogen auf

- **Plattformen**
- und/oder auf **Intermediäre**

Mittlerregulierung im MedienStV (positive Vielfaltssicherung)

		Zugang	Auffindbarkeit
Konzepte	Transparenz	MP (§ 85) und MI (§ 93)	MP (§ 85) und MI (§ 93)
	Nicht-Diskriminierung	MP (§ 82 f.) und MI (§ 94)	MP-Benutzeroberflächen (§ 84 Abs. 2) und – eingeschränkt – MI (§ 94)
	Positive Inhaltesteuerung	MP (§ 81 – must carry, nur für InfrStr-MP), nicht: MI	MP-Benutzeroberflächen (§ 84 Abs. 3-7), nicht: MI

Legitimation und Rechtfertigung



- Aber: Entscheidend ist Strenge der Anforderungen auf jeder Stufe
 - auch **Transparenzanforderungen** können stark belastend sein (zB: Aufdeckung des Code)
 - **Nichtdiskriminierung** ist zurückhaltende Anforderung, wenn die Wahl rechtfertigender Differenzierungsgründe weitgehend dem Anbieter überlassen bleibt. Aber: Je strenger die Anforderungen an eine noch zulässige Differenzierung sind, um so enger wird der Gestaltungsspielraum des I.
 - Diskriminierungsschutz kann in **positive Lenkung** übergehen, wenn nur (wenige) bestimmte Differenzierungsgründe zugelassen werden

Vorbilder/Muster

- **Transparenz**: traditionsreicher Baustein (nicht nur) des Medien- und Kommunikationsrechts, zB:
 - Presserechtliche Impressum- und Offenlegungspflichten
 - Datenschutzrechtliche Informationspflichten (Art. 12 ff. DSGVO)
 - Art. 5 Abs. 2 P2B-VO (v. 20.6.2019)
- Verbesserung der Bedingungen **autonomer Entscheidung** (informed consent)
- Ermöglichung der **Rechtsverfolgung**
- Wissen über Urheber und ratio der Information verbessert Einordnung und Bewertung: wichtig für **Meinungsbildung**

Vorbilder/Muster

- **Diskriminierungsschutz: Zugangschancengleichheit und sonstige Diskriminierungsfreiheit nach kartellrechtlichem Muster**
- **Missbrauchstatbestände nach Art. 102 EUV/ § 19 GWB**
 - essential facilities-Doktrin [§ 19 Abs. 2 Nr. 4 GWB]
 - Behinderungs- und Diskriminierungsmissbrauch [§ 19 Abs. 2 Nr. 1 GWB]: „ein anderes Unternehmen unmittelbar oder mittelbar unbillig behindert oder ohne sachlich gerechtfertigten Grund unmittelbar oder mittelbar anders behandelt als gleichartige Unternehmen“
- **Telekommunikationsrecht** [Marktregulierung, § § 13 ff. TKG] und rundfunkspezifisch (Zugangsberechtigungssysteme): § 50 Abs. 2 und 3 TKG
- **Rundfunkrecht:** schon bisher (technik- und vergütungsbezogen) Zugangs-Diskriminierungsverbot für Plattformen (§ 52c, § 52d RStV)
- **positive Inhaltetransportverpflichtung:** „must-carry“-Gebot (§ 52b RStV und LRGesetze): „Binnenpluralismus im Übertragungsweg“

Legitimation und Rechtfertigung

- Zweifel an **rechtspolitischer Notwendigkeit**
 - Mangel eindeutiger empirischer Anhaltspunkte für Informationszugangs-Verengungen durch MI sowie Korrelationen/Kausalitäten zwischen MI-Nutzung und sozialen Schäden
- Daher wohl **keine verfassungsrechtliche Vorsorgepflicht** aus Art. 5 I-Gebot der Vielfaltssicherung
- Aber: **gesetzgeberische Berechtigung zur Risikovorsorge**
- Jedoch: **Gebot regulatorischer Mäßigung** (Verhältnismäßigkeit)
- Insbesondere: **Beachtung auch der (Grund-)Rechte der Intermediäre und der Rezipienten**
- **Grenzen paternalistischer Informationslenkung, Primat der Nutzerautonomie**

Transparenz, § 93 MedStV

- (1) Anbieter von Medienintermediären haben zur Sicherung der Meinungsvielfalt **nachfolgende Informationen leicht wahrnehmbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar** zu halten:
 1. **die Kriterien**, die über den **Zugang** eines Inhalts zu einem Medienintermediär und über den Verbleib entscheiden,
 2. **die zentralen Kriterien** einer **Aggregation, Selektion und Präsentation** von Inhalten und ihre **Gewichtung** einschließlich Informationen über die **Funktionsweise der eingesetzten Algorithmen** in verständlicher Sprache.
- (2) Anbieter von Medienintermediären, die eine **thematische Spezialisierung** aufweisen, sind dazu verpflichtet, diese Spezialisierung durch die Gestaltung ihres Angebots wahrnehmbar zu machen. § 91 Abs. 2 Nr. 2 bleibt unberührt.
- (3) **Änderungen** der in Absatz 1 genannten **Kriterien** sowie der **Ausrichtung** nach Absatz 2 sind unverzüglich in derselben Weise wahrnehmbar zu machen.
- (4) Anbieter von Medienintermediären, die soziale Netzwerke anbieten, haben dafür Sorge zu tragen, dass Telemedien im **Sinne von § 18 Abs. 3** gekennzeichnet werden



Social
bot-
Rege-
lung

Zum Vergleich: Art. 5 VO (EU) 2019/1150 vom 20. Juni 2019
zur Förderung von Fairness und Transparenz für gewerbliche Nutzer von Online-
Vermittlungsdiensten („P2B“-Regulation)

Artikel 5 Ranking

(1) Anbieter von **Online-Vermittlungsdiensten** stellen in ihren allgemeinen Geschäftsbedingungen **die das Ranking bestimmenden Hauptparameter und die Gründe für die relative Gewichtung dieser Hauptparameter** gegenüber anderen Parametern dar.

(2) Die Anbieter von **Online-Suchmaschinen** stellen die **Hauptparameter, die einzeln oder gemeinsam für die Festlegung des Rankings am wichtigsten sind, und die relative Gewichtung dieser Hauptparameter dar**, indem sie in ihren Online-Suchmaschinen klar und verständlich formulierte Erläuterungen bereitstellen, die öffentlich und leicht verfügbar sind. Sie sorgen dafür, dass diese Beschreibungen stets aktuell sind.

(3) Enthalten die Hauptparameter die Möglichkeit, dass die gewerblichen Nutzer oder die Nutzer mit Unternehmenswebsite das **Ranking beeinflussen** können, indem sie dem jeweiligen Anbieter direkt oder indirekt ein **Entgelt** entrichten, so erläutert der Anbieter diese Möglichkeit und legt gemäß den in Absatz 1 und 2 genannten Anforderungen dar, wie sich derartige Entgelte auf das Ranking auswirken.

(4) Hat der Anbieter einer Online-Suchmaschine die **Reihenfolge des Rankings in einem konkreten Fall geändert** oder eine bestimmte Website infolge der Mitteilung eines Dritten ausgelistet, bietet der Anbieter dem Nutzer mit Unternehmenswebsite die Möglichkeit, den Inhalt der Mitteilung einzusehen.

(5) Die in den Absätzen 1, 2 und 3 genannten Erläuterungen müssen den gewerblichen Nutzern oder den Nutzern mit Unternehmenswebsite ein angemessenes Verständnis der Frage ermöglichen, ob und gegebenenfalls wie [...]

Funktionen von Transparenz

- allgemeine **Wissensmehrung**
- Voraussetzung für **Selbstbestimmung**
- Voraussetzung für **Rechteverteidigung**
- **Maßstäbekonkretisierung** und also Voraussetzung für Diskriminierungsschutz-Kontrolle (Selbstbindung!)

durch Information

- **Probleme:**
- Heterogenität der **Informationsbegünstigten**, daher **Diskrepanz der Informationsanforderungen** (substantiell und in der Darstellung)
- Angemessene Informationsdichte und Detaillierungsgrad (zwischen Übermaß und Wirkungslosigkeit)

Publikum/User
oder
LMA/Gerichte?

- Nicht: Offenlegung des Code
- Aber auch nicht nur Selbstbeschreibung der ohnehin bekannten News-Feed-Ranking-Maximen

Transparenzgebot: Kompromiss im MedienStV

- **Einerseits: Laienverständlichkeit** und Beschränkung auf das Grundsätzliche („zentrale“ Ranking-Kriterien)
- **Andererseits: strengere Anforderungen** bei den (nicht nur zentralen) *Zugangskriterien*, Erläuterung der Funktionsweise der Algorithmen, Mitteilung aller Änderungen)
- **Unbestimmtheit** der Anforderungen: „Funktionsweise des Algorithmus“, Problem der „zentralen Gewichtungskriterien“
- Welchen **Informationszweck** soll die Transparenzpflicht erfüllen, auf welchen Rezeptionsmaßstab kommt es an?
- **Keine Ausdifferenzierung** der Informationsverpflichtung (nach Typus des MI und Informationsziel, zB besondere Pflichten gegenüber LMA)
- **Unschärfe** ist problematisch, da wesentlicher Maßstab für Diskriminierungsschutzverbot
- (zu) weit gehendes **Konkretisierungsmandat für LMA** (§ 96: Satzungs- und Richtlinienrecht)?
- Erforderlichkeit und Angemessenheit der MI-Pflicht, für **Kennzeichnung von sb** „Sorge zu tragen“?

„Diskriminierungsfreiheit“, § 94

- (1) Zur Sicherung der Meinungsvielfalt dürfen Medienintermediäre **journalistisch-redaktionell gestaltete Angebote, auf deren Wahrnehmbarkeit sie besonders hohen Einfluss haben**, nicht diskriminieren.
- (2) Eine **Diskriminierung** im Sinne des Absatzes 1 liegt vor, wenn ohne sachlich gerechtfertigten Grund von den nach § 93 Abs. 1 bis 3 zu veröffentlichenden **Kriterien** zugunsten oder zulasten eines bestimmten Angebots **systematisch abgewichen** wird **oder diese Kriterien Angebote unmittelbar oder mittelbar unbillig systematisch behindern**.
- (3) Ein Verstoß kann **nur von dem betroffenen Anbieter** journalistisch-redaktioneller Inhalte bei der zuständigen Landesmedienanstalt **geltend gemacht** werden. In **offensichtlichen Fällen** kann der Verstoß von der zuständigen Landesmedienanstalt **auch von Amts wegen** verfolgt werden.
- (4) § 22 Abs. 1 Satz 1 bleibt unberührt.



Erster D.-
Tatbestand

Zweiter D.-
Tatbestand

„Diskriminierungsfreiheit“, § 94

- Änderungen der Bestimmung noch auf der Schlussgeraden (nach 2. Konsultation 2019)
- **Enge Verknüpfung mit Transparenzgebot:** Kriterien gem. Transparenz sind Maßstab (1. Variante) und Gegenstand (2. Variante) des Diskriminierungsverbots
- Aufgabe des noch bis Herbst 2019 zugrunde gelegten Konzepts **divergenter Maßstäbe** (veröffentlichte, publikumsadressierte **Kriterien** bei der Transparenz, zugrunde liegende, für Medienanbieter entscheidende Sortier-**Regeln** bei Diskriminierung)
- Schaffung **zweier abschließend definierter Diskriminierungstatbestände** (vorher Abweichung von eigenen Regeln nur als Regelbeispiel)
- Beschränkung auf **Systemversagen** („systematisch abgewichen“, „systematisch behindern“)
- Einfügung einer **amtswegigen Verfolgung bei Evidenz**

„Diskriminierungsfreiheit“, § 94

Versuch eines ausgewogenen Kompromisses?

Einerseits:

- Beschränkung auf **dominante Anbieter** (in Anlehnung aber an kartellrechtliche Dominanzkriterien)
- primäre Orientierung an **eigenen Differenzierungskriterien** (Transparenz!); Anerkennung eigenen Differenzierungsrechts der MI
- Beschränkung auf **systematische** Diskriminierungen

Andererseits:

- doch auch **heteronome Bewertung der eingesetzten Kriterien** (2. D.-Tatbestand, in Übernahme der kartellrechtlichen Formel, indes ohne Schärfung eigener Maßstäbe)

„Diskriminierungsfreiheit“, Kritikpunkte in der Debatte

- **Nichterforderlichkeit** eines medienrechtlichen D.-Verbots (weil kein Anhalt für Risiko publizistischer Diskriminierungsabsicht)
 - Dagegen: Diskriminierungsrisiko kann nicht ausgeschlossen werden, wettbewerbsrechtl. Schutz reicht nicht aus
- Warum reicht nicht **Transparenz** (wie in P2B-VO) aus?
 - Dagegen: Transparenzpflichten unterbinden nicht aus sich heraus schon Diskriminierung
- **Unbestimmtheit**, daher Unmöglichkeit der Rechtsbefolgung
 - „besonders großer Einfluss“
 - „systematische Behinderung“ (anders als „Abweichung“)
 - auch hier Frage des (wie weit reichenden?) Konkretisierungsmandats der LMA
- **Operationalisierung und Durchsetzung**: Wie sollen die LMA Diskriminierung identifizieren und beweisen?
 - Probleme der Datenbasis, der Maßstabklarheit (Kriterien), der Feststellung objektiver Diskriminierung bei subjektiver Personalisierung von Newsfeeds, der personellen Ressourcen der LMA usw.

Kohärenzprobleme in der EU: Hat die deutsche MI-Regulierung im MedienStV überhaupt eine Zukunft?

- Verdrängender Anwendungsvorrang der **P2B-VO** im Überschneidungsbereich (Suchmaschinen!)?
 - Art. 5 (2) P2B-VO: „Die Anbieter von **Online-Suchmaschinen** stellen die **Hauptparameter, die einzeln oder gemeinsam für die Festlegung des Rankings am wichtigsten sind, und die relative Gewichtung dieser Hauptparameter dar**, indem sie in ihren Online-Suchmaschinen klar und verständlich formulierte Erläuterungen bereitstellen, die öffentlich und leicht verfügbar sind. Sie sorgen dafür, dass diese Beschreibungen stets aktuell sind.“
- Begr. E-MedienStV: „Eine Anpassung des Entwurfs an die Vorschriften der sog. P2B-Verordnung (Verordnung des EP und des Rates zur Förderung von Fairness und Transparenz für gewerbliche Nutzer von Online-Vermittlungsdiensten) ist nach Prüfung beider Regelungswerke (VO und MStV) nicht erforderlich. Beide Gesetze haben einen **unterschiedlichen Adressatenkreis und zugleich einen anderen Regelungszweck**. Während sich die VO an Geschäftskunden der Plattformen richtet, hat der MStV einen umfassenderen Ansatz. Zudem können die Länder aus Gründen der Vielfaltssicherung eigenständige Regelungen erlassen. Beide Regelungen können daher unbedenklich nebeneinander bestehen.“
- EU-KOM, note on a **Digital Service Act** (2019): „a revised set of rules“ making the recently adopted rules „more impactful through a harmonisation step“; „to provide a clear, uniform and up-to-date innovation friendly regulatory framework in the Single Market“



Fazit

Die neue Intermediärregulierung:

- Zweifel bleiben manifest, ob sachlich notwendiges und gerichtsfest handhabbares Instrumentarium
- aber immerhin:
 - Demonstration medienpolitischer Handlungsfähigkeit?
 - Signal: MI sollen sich (postulierter) Verantwortung für Inheldiversität und -qualität stärker bewusst werden
 - möglicherweise: erster Aufschlag/Vorläufer für unionsweite Regulierung

Vielen Dank!

cornils@uni-mainz.de